



FACULDADE DE CIÊNCIAS APLICADAS – FASA
CURSO: COMUNICAÇÃO SOCIAL
DISCIPLINA: MONOGRAFIA ACADÊMICA
ÁREA: PROPAGANDA E *MARKETING*
MATRÍCULA: 2012710-1
ALUNO: GUILHERME WOLF
PROFESSOR ORIENTADOR: RUBEM JOSÉ BOFF

A RELAÇÃO DO CINEMA DOS ESTADOS UNIDOS COM A PROPAGANDA DE GUERRA

Brasília/DF, NOVEMBRO DE 2004

GUILHERME WOLF

**A RELAÇÃO DO CINEMA DOS ESTADOS UNIDOS
COM A PROPAGANDA DE GUERRA**

Monografia apresentada como requisito para
conclusão do curso de Comunicação Social
com habilitação em Propaganda e *Marketing*
do UniCEUB - Centro Universitário de
Brasília.

Professor Orientador: Rubem José Boff

Brasília/DF, NOVEMBRO DE 2004

CENTRO UNIVERSITÁRIO DE BRASÍLIA
FACULDADE DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS – FASA

MEMBROS DA BANCA EXAMINADORA

MEMBROS DA BANCA	ASSINATURA
1.COORDENADORA DO CURSO Prof. ^a Maria Gláucia Magalhães	
3. PROFESSOR ORIENTADOR Prof. Rubem José Boff	
4. PROFESSOR(^a) CONVIDADO Prof. (^a)	
5. PROFESSOR(^a) CONVIDADO Prof. (^a)	
MENÇÃO FINAL:	

Brasília/DF, novembro de 2004

"Há mais de um meio de perder a liberdade. Ela pode ser arrancada das mãos da gente por um tirano, mas também pode ir escapando dia a dia, enquanto estamos ocupados demais para perceber ou confuso demais, ou amedrontado demais."

Gregory Peck

SUMÁRIO

RESUMO-----	1
1. INTRODUÇÃO-----	2
1.1 Tema-----	3
1.2 Formulação do problema-----	4
1.3 Objetivo geral-----	4
1.4 Objetivos específicos-----	4
1.5 Justificativa do tema-----	5
2. EMBASAMENTO TEÓRICO-----	6
2.1 Introdução ao cinema-----	6
2.1.1 A invenção-----	6
2.1.2 A impressão de realidade no cinema-----	7
2.2 O cinema como linguagem-----	11
2.3 Ideologia-----	13
2.3.1 Ideologia na mídia-----	16
2.4 Persuasão-----	19
2.4.1 Persuasão na mídia-----	21
2.5 O discurso dominante-----	22
2.6 A troca dos nomes-----	25
3. METODOLOGIA-----	27
4. ANÁLISE E DISCUSSÃO-----	29
4.1 O cinema da primeira metade do século XX-----	29
4.1.1 Marcatismo-----	33
4.2 O cinema da segunda metade do século XX-----	36
5. CONCLUSÃO-----	43
BIBLIOGRAFIA-----	45

RESUMO

Este trabalho tem por finalidade mostrar a relação dos filmes de ação, de aventura e de guerra produzidos nos Estados Unidos da América e os "vilões" destes filmes com os conflitos e combates armados em que este país encontrou-se envolvido na vida real. Para isso, são realizados estudos bibliográficos analisando o cinema como linguagem, a linguagem como meio de disseminação ideológica, propagandística e instrumento de dominação. A estética, a linguagem e alguns artifícios utilizados pelo cinema são descritos como complementos da retórica. Um embelezamento, para que não se perceba tão claramente a finalidade e fique caracterizado o entretenimento. É relatado o início do cinema e a percepção de possibilidade da trucagem logo nos seus primeiros filmes, podendo causar ao espectador uma sensação de realidade. São retratados os acompanhamentos do cinema sobre as modificações de inimigos reais. São dadas definições sobre ideologia, persuasão e dominação e a disseminação destas pelo cinema. O período retratado é o referente ao Século XX, no qual existiu farta distribuição de filmes e conflitos por parte dos Estados Unidos ao redor do mundo. O desenvolvimento é dividido em duas partes que são referentes à primeira metade e à segunda metade do século. Pode-se observar que tal prática não se refere a um filme isolado ou a um conflito ou guerra específica, e sim de vários anos de propaganda velada tanto sobre os estadunidenses quanto no resto do mundo, pois tais filmes foram sucesso em vários países, inclusive nos que têm frágeis relações com os Estados Unidos da América.

1 INTRODUÇÃO

Vários filmes de ação, guerra e aventura foram lançados pela indústria do cinema dos Estados Unidos da América durante o século XX. Eles possuíam caráter de entretenimento e muitos tinham em suas histórias os Estados Unidos da América retratados como bonzinhos, a encarnação da virtude, do heroísmo, da bondade, da inocência, prontos para salvar o mundo e ajudar seus aliados nas suas deficiências. Seus inimigos, nestes filmes, eram representados como a encarnação do mal, logo, merecedores de derrota sangrenta e implacável. Os bandidos realizavam atos desumanos, ofensivos à moral dominante do trabalho e da família, maldosos, viciosos, atos de tortura e muitas vezes eram retratados como incompetentes e desastrados. Alvos de violência merecida, cuja eliminação era indispensável.

Esses filmes foram sucessos de bilheteria praticamente em todos os lugares em que foram projetados, quebrando recordes inclusive em países com relações frágeis com os Estados Unidos da América.

Recebendo doses controladas de adrenalina, o espectador destes filmes identifica-se com o poder de superar magicamente todas as adversidades, e recebe um sentimento passageiro de domínio e força, compensando a falta deste sentimento em sua vida diária. Pouquíssimos espectadores ferem ou matam por causa do que encontram no cinema, e não faz parte deste estudo culpar as imagens pela maldade humana, mas esta platéia aprende a tolerar um mundo que aleija, fere e mata.

Estes filmes possuem características que levam a aceitar uma pesquisa sobre transmissão de mensagens subliminares. Estas particularidades podem ser observadas através das imagens com efeitos especiais, sons explosivos e a retórica complementada pela trilha sonora com músicas cheias de energia e acordes de guitarra.

Serão relatados filmes do começo do Século XX, época da I Guerra Mundial, filmes relacionados à II Guerra Mundial, os conflitos durante a Guerra Fria, o macartismo – que foi uma perseguição, inclusive aos atores e diretores que tinham ideologias comunistas ou divergentes ao capitalismo – conhecido como Caça às Bruxas, Vietnã, Guerra do Golfo, Guerra da Coreia e outros.

Relatos de escritores ajudarão a esclarecer como os meios de comunicação de massa influenciam a visão de mundo do indivíduo, os modos de vida, seus pensamentos, suas ações

sociais, políticas e senso de identidade, pelo processo de representação, figuração, imagem e retórica.

Será analisado também se existe a intenção de transmissão de ideologia através do cinema, para conservar intactas as fronteiras sociais, o controle da sociedade, a opinião pública, os valores, os comportamentos e a reiteração do *status quo*, utilizando artistas atraentes, efeitos especiais, computação gráfica, *rock'n'roll* e máquinas militares de última geração.

Com embasamento em estudos de semiótica, retórica e persuasão, será verificado se existe relação de propaganda indireta e velada sobre a platéia, com intenção de denegrir a imagem de um povo, grupo ou nação. Enfim, verificar se existe construção metódica de determinados filmes ou cenas para trabalharem como propagação das ideologias ou legitimação de invasões e guerras, usando as artimanhas e enfeites da sétima arte.

1.1 Tema

Filmes dos Estados Unidos da América como propaganda ideológica.

1.2 Formulação do Problema

Será possível fazer uma relação entre os inimigos fictícios dos filmes de ação com as nações em conflitos reais com os Estados Unidos da América? Poderá trazer informações que irão acrescentar aos conhecimentos sobre propaganda velada estadunidense sobre seus cidadãos?

1.3 Objetivo Geral

Analisar os filmes estadunidenses destinados à diversão, relacionando-os aos conflitos e guerras reais dos EUA.

1.4 Objetivos Específicos

- Analisar o direcionamento dos filmes estadunidenses nos períodos de conflitos ou guerras.

- Estudar bibliografia sobre filmes desde o início do século XX, para averiguar se tal prática não é recente.
- Analisar os filmes, relacionando seus bandidos fictícios aos inimigos reais declarados ou não pelos Estados Unidos da América, de acordo com a época de seus conflitos e do lançamento dos filmes.
- Verificar se existe relação de propaganda indireta e velada sobre a platéia, utilizando os inimigos fictícios com semelhanças de nação, ideologia ou outras características aos inimigos fora das telas.

1.5 Justificativa do Tema

Os filmes de ação e aventura produzidos nos Estados Unidos da América possuem mocinhos muito bem definidos. O estudo sobre estes filmes analisará os inimigos ou bandidos fictícios, que são efêmeros nas telas, mas que acompanham em semelhança de nacionalidade, ideologia ou características aos grupos em confronto e guerras reais com os Estados Unidos da América. Pela distinção de veículos semióticos, estas mensagens podem conter imposição em relação à ideologia estadunidense em seus cidadãos e no mundo. Esta ideologia pode servir para aumentar a opressão, legitimando as forças, fazendo parte de um sistema de dominação com distinções e divisões sexistas, racistas e classistas.

2 EMBASAMENTO TEÓRICO

2.1 Introdução ao Cinema

2.1.1 A Invenção

A data de nascimento do cinema pode ser descrita sendo a de 28 de dezembro de 1895. Neste dia, no subsolo do *Grand Café*, no Boulevard des Capucines, em Paris, os irmãos Lumière realizaram a primeira exibição pública do cinematógrafo, um aparelho de projeção de fotografias. Naquela noite, foi exibido para 35 pessoas, dois filmes contendo breves testemunhos da vida cotidiana: A Saída dos Operários da Fábrica Lumière e A Chegada do Trem à Estação.

Os irmãos Lumière o consideraram um instrumento científico que serviria somente para a realização de pesquisas. Eles não acreditavam que sua invenção tivesse sucesso, dizendo, inclusive, Louis Lumière que "o cinema é uma invenção sem futuro".

A América estava nessa época lotada de emigrantes europeus, que não falavam inglês e que, na necessidade de uma distração para a dura vida que levavam, corriam em massa ao espetáculo dos filmes mudos. O gesto é universal. É entendido por todos. Para raiva de Thomas Edison, cujo cinetoscópio estava saindo de moda, essa enorme massa de gente tinha descoberto o cinematógrafo dos irmãos Lumière
(www.feranet21.com.br/artes/cinema/historia_cinema.htm, 2004).

Muitas pessoas já estavam realizando pesquisas científicas para conseguir algo que pudesse transmitir as imagens em movimento, inclusive Thomas Alva Edison com o seu *kinetoscope*. Este teve fundamental participação na criação do cinema com a invenção da lâmpada.

2.1.2 A impressão de realidade no cinema

Nesta seção será descrito como o cinema pode causar a sensação de realidade nos espectadores, deixando a platéia passiva e capaz de sofrer fortes impressões por causa de suas imagens, sons e efeitos especiais.

O cinema começa a tomar corpo para a fantasia e diversão nas mãos de outro francês chamado George Méliès, um ilusionista que percebeu por acaso a possibilidade da trucagem, quando

deixou uma câmera ligada, a desligou e depois voltou a gravar. Analisando depois o que tinha sido gravado, percebeu que alguns objetos e as pessoas não estavam mais nos mesmos lugares.

A malfadada profecia de Louis Lumiere só não se cumpriu porque George Méliès, outro francês, logo o transformou num passatempo irresistível. Ilusionista e proprietário de um teatro de fantoches, Méliès ficou fascinado pelo cinematógrafo assim que percebeu seu potencial. Utilizando cenários e até efeitos especiais, foram seus filmes que primeiramente exploraram as potencialidades ilusórias das imagens em movimentos (www.cinebh.hpg.ig.com.br/historia.html, 2004).

Com a exibição do filme A Chegada do Trem à Estação, as pessoas tomaram aquela imagem como verdadeira. Elas realmente pensavam que o trem estava caminhando para cima deles, tanto que correram da sala na qual o filme estava sendo projetado. Logo no primeiro filme mostrado, o público misturou a imagem da tela com a realidade.

Nas descrições tradicionais da primeira sessão de cinema, uma lembrança se destaca: o terror do público diante da figura do trem que vinha da tela em sua direção. Esse mesmo cinema, tal qual conhecemos atualmente, capaz de movimentar milhões de dólares e atrair multidões às salas de projeção, em sua primeira exibição fez com que o público, assombrado, saltasse de suas cadeiras, gritasse de medo e corresse para fora do auditório (www.cinebh.hpg.ig.com.br/historia.html, 2004).

Foi essa reação de pânico que forneceu as primeiras bases para a descoberta da essência do cinema e da força da imagem cinematográfica. A novidade da fotografia em movimento submeteu as primeiras testemunhas do cinematógrafo a um reflexo físico imediato, definindo claramente o poder daquele

aparelho, dotado de destreza suficiente para convencê-las de que a imagem móvel era, de fato, palpável e perigosa. Ainda hoje, mais de um século depois, o cinema muitas vezes consegue submeter passivamente sua platéia a um aparato capaz de deixá-la hipnotizada e paralisada pelo seu poder ilusionista.

Como observa Fecé (1998, p.32), o espectador se vê como testemunha do mundo, já que "ele não acredita estar diante da verdade da representação, mas sim diante da 'verdade' do representado. Aparentemente, o discurso assegurador-informativo da comunicação não apresenta ao espectador realidades mediadas, e sim 'verdades indiscutíveis.' "

Araújo (1995, p.10) descreve o encantamento e a transformação do ilusório em realidade, na qual muitos espectadores tomam as imagens como verdadeiras. Segundo ele, "Méliès deu ao cinema uma nova dimensão: uma máquina capaz de criar sonhos, de transformar em realidade visível, partilhar pelos demais espectadores, as mais mirabolantes fantasias da mente humana."

Pelos relatos de Aumont (1995, p.148), a impressão de realidade pode ser verificada em vários fatores. Ele define que a riqueza de definição das imagens, muito superiores às da televisão, "apresenta ao espectador efígies de objetos com luxo de detalhes". O movimento tem um lugar importante na impressão de realidade.

A presença simultânea da imagem e do som, representando o volume sonoro da imagem. "A impressão é muito mais forte quando a reprodução sonora tem a mesma fidelidade fenomenal que o movimento." A riqueza perceptiva é mais reforçada pela posição psíquica na qual o espectador se encontra na hora da projeção.

Essa posição pode ser no que diz respeito à impressão de realidade, definida por dois de seus aspectos. Por um lado o espectador passa por uma baixa de seu limiar de vigilância: consciente de estar em uma sala de espetáculo, suspende qualquer ação e renuncia parcialmente a qualquer prova de realidade. Por outro lado, o filme bombardeia-o com impressões visuais e sonoras [...] por meio de uma torrente contínua e apressada (Aumont, 1995,p. 150).

Segundo Metz (1972, p. 16), quando se relacionam os problemas de teoria do filme, "um dos mais importantes é o da impressão de realidade vivida pelo espectador diante do filme." Ele descreve

que o filme produz o sentimento de assistir diretamente a um espetáculo quase real, mais do que o romance, mais do que o teatro e mais do que o quadro figurativo.

Desencadeia no espectador um processo ao mesmo tempo perceptivo e afetivo de '*participação*' (não nos entediamos quase nunca no cinema), conquista de imediato uma espécie de credibilidade – não total, é claro, mas mais forte do que em outras áreas, às vezes muito viva no absoluto –, encontra o meio de se dirigir à gente no tom da evidência, como que usando o convincente '*É assim*', alcança sem dificuldade um tipo de enunciado que o lingüista qualificaria de plenamente afirmativo e que, além do mais, consegue ser levado em geral a sério. Há um modo fílmico da presença, o qual é amplamente *crível*. Este '*ar de realidade*', este domínio tão direto sobre a percepção têm o poder de deslocar multidões (Metz, 1972, p. 16).

Nas palavras de Benjamin (1980, p. 5), "A crescente proletarização dos homens contemporâneos e a crescente massificação são dois lados do mesmo processo." Para ele, "O fascismo tenta organizar as massas proletárias recém surgidas sem alterar as relações de produção e propriedade que tais massas tendem a abolir." O fascismo vê a sua salvação quando permite que a massa expresse a sua natureza, mas apesar disso, não permite que ela exerça seus direitos.

Deve-se observar aqui, especialmente se pensarmos nas atualidades cinematográficas, cuja significação propagandística não pode ser superestimada, *que a reprodução em massa corresponde de perto à reprodução das massas*. Nos grandes desfiles, nos comícios gigantescos, nos espetáculos esportivos e guerreiros, todos captados pelos aparelhos de filmagem e gravação, a massa vê o seu próprio rosto. É diante de um aparelho que a esmagadora maioria dos cidadãos precisa alienar-se de sua humanidade, nos balcões e nas fábricas, durante o dia de trabalho. À noite, as mesmas massas enchem os cinemas para assistirem à vingança que o intérprete executa em nome delas, na medida em que o ator não somente afirma diante do aparelho *sua* humanidade (ou o que aparece como tal aos olhos dos espectadores), como coloca esse aparelho a serviço do seu próprio triunfo (Benjamin, 1980, p. 5).

A harmonização da política, descrita por Walter Benjamin, consiste na transformação da ideologia em espetáculo. No espetáculo a razão cede lugar às sensações. A sociedade totalitária, seja ela nazista, stalinista ou capitalista, precisa do espetáculo da propaganda. Requer o reforço permanente de sua mentira, para que ela se torne realidade. Seja essa mentira o mito da raça pura ariana ou a intenção dos povos anglo-saxões de civilizar o mundo.

Os relatos de Barthes (2001, p. 16) acerca das definições de Aristóteles sobre verossimilhança, descrevem que a retórica é uma lógica que está adaptada para o entendimento da massa, do público, do senso comum, ou seja, da opinião corrente. Barthes faz uma adaptação da definição da verossimilhança aristotélica para os nossos tempos, definindo que ela é "aquilo que o público acredita ser possível".

Segundo as descrições de Alea (1984, p. 27) "O cinema, com sua capacidade de criar verdadeiros fantasmas, imagens de luz e sombra, intocáveis, como um sonho compartilhado, foi o melhor veículo para provocar falsas ilusões no espectador". Ele descreve ainda que essas ilusões servem de refúgio para a platéia, substituindo uma realidade que os impede de se desenvolverem humanamente, mas em compensação permite que eles sonhem acordados.

2.2 O Cinema como Linguagem

Para poder citar sobre signo, semiótica e ideologia, que fazem parte do estudo de lingüística, serão descritas algumas afirmações que definem o cinema como linguagem.

Nos anos mais recentes surgiu um interesse crescente pela semiologia do cinema, pela questão de saber se é possível dissolver a crítica e a estética cinematográfica numa província da ciência geral dos signos. Tornou-se cada vez mais claro que as teorias tradicionais da linguagem e da gramática cinematográficas, que se desenvolveram espontaneamente ao longo dos anos, necessitam ser reexaminadas e relacionadas com a disciplina estabelecida que é a lingüística (Wollen, 1984, p. 117).

Para a brasileira Santaella (1996, p.312), quando se fala em linguagem, deve-se derrubar um preconceito que se relaciona restritamente à linguagem verbal, que, em especial a oral, tem um forte poder de tradução, transcodificando sonhos, filmes, quadros e outros.

Mas embora ela seja a linguagem mais a mão, por assim dizer, uma vez que, para produzi-la, não necessitamos de nenhuma ferramenta, meio ou suporte fora de nosso corpo, ela não é, nem de longe, exclusiva. Há uma diferença, portanto que não pode ser esquecida, entre língua e linguagem. Enquanto 'língua' se refere exclusivamente à linguagem verbal, 'linguagem' se refere a qualquer tipo possível de produção de sentido, por mais ambíguo, vago e indefinido que seja este sentido. É assim que a poesia é muito mais

linguagem do que língua e é assim também que o cinema e a música, por exemplo, são linguagem sem serem línguas (Santaella, 1996, p. 312).

Wollen (1984, p.119) afirma ainda que a experiência cinematográfica sugere que uma grande quantidade de significação complexa pode ser transmitida através de imagens. "Assim, para utilizar um exemplo óbvio, o livro mais banal e trivial pode ser transformado num filme extremamente interessante e, segundo todas as aparências, significativo". Ele descreve que o cinema é uma linguagem, porém sem um código. "É uma linguagem porque tem textos; há um discurso significativo. Mas, ao contrário da linguagem verbal, não pode ser referida a um código preexistente".

Uma roupa, um carro, uma iguaria, um gesto, um filme, uma música, uma imagem publicitária, uma mobília, uma manchete de jornal, eis aí, aparentemente, objetos completamente heterogêneos. Que podem ter em comum? Pelo menos o seguinte, todos são signos (Barthes, 2001, p.177).

Nas afirmações de Metz (1972, p.60), "Para quem encara o cinema sob um ângulo lingüístico, é difícil não ser jogado constantemente de uma a outra das evidências entre as quais se repartem os estudiosos: o cinema é uma linguagem", e descreve ainda que o cinema é infinitamente diferente da linguagem verbal.

Com essas afirmações do cinema como linguagem, será descrito sobre as especificidades da linguagem que estudam acerca de ideologia, persuasão e dominação. Após cada uma dessas descrições será colocado como a mídia, em especial o cinema, é usado como meio de persuasão e disseminação de ideologia por parte de grupos dominantes.

2.3 Ideologia

Segundo Marx e Engels (apud Kellner, 2001, p.77) a ideologia é caracterizada como a idéia da classe dominante. A ideologia separa grupos em dominantes e dominados, produzindo hierarquias que servem aos interesses do poder.

Marx e Engels caracterizaram a ideologia como as idéias da classe dominante que obtêm predominância em determinada era histórica. O conceito de *ideologia alemã* (Marx e Engels, 1975: 59 ss.) teve intuito mormente denunciativo e foi usado para atacar idéias que legitimavam a hegemonia da classe dominante, que conferiam a interesses particulares o disfarce de interesses gerais, que mistificavam ou encobriam o domínio de classe, servindo assim aos interesses de dominação. Segundo este ponto de vista, a crítica ideológica consistia na análise e na desmistificação das idéias da classe dominante, e sua finalidade era trazer à tona e atacar todas as idéias que consolidassem a dominação de classes (Kellner, 2001. p 77.).

Nas afirmações de Bakhtin (1999, p.17) "Um produto ideológico faz parte de uma realidade (natural ou social) como todo corpo físico, instrumento de produção ou produto de consumo; mas, ao contrário destes, ele também reflete e refrata uma outra realidade, que lhe é exterior." Bakhtin ainda define que tudo que é ideológico possui um significado e remete a algo situado fora de si mesmo. Ele descreve que, em outros termos, tudo que é ideológico é um signo. "Sem signos não existe ideologia".

Citelli (2002, p. 26) descreve exemplos de transformação de significados de objetos do cotidiano que também possuem outras idéias, se colocados em contextos diversos. O pão e o vinho, como objetos do cotidiano, são alimentos, já em um contexto cristão são o corpo e o sangue de cristo; a balança para a justiça, a maçã para o pecado, a pomba para a paz e vários outros.

Vejamos o seguinte exemplo: Um martelo outra função não possui, enquanto instrumento de trabalho, senão o de ser utilizado no processo produtivo. Vale dizer, não extraímos dele nenhum outro

significado a não ser o de auxiliar-nos na afiação de pregos, na quebra de pedras etc. Contudo, o mesmo instrumento posto em outra situação, num contexto em que passe a produzir idéias ou valores que estão situados fora de si mesmo, refletindo e refratando outra realidade, será convertido em signo. O martelo e a foice que existiam na bandeira da ex-URSS produziam a idéia de que o Estado Soviético era construído pela aliança dos trabalhadores urbanos com os rurais. Assim, a bandeira dizia que a união dos operários com os camponeses tornava possível a existência da União das Repúblicas Socialistas Soviéticas. De instrumentos de trabalho que eram, o martelo e a foice transformaram-se em signos, isto é, ganharam dimensão ideológica. A ideologia transitou através dos signos. A idéia final que a bandeira da ex-URSS desejava persuasivamente produzir era o Estado Soviético sendo determinado pelos interesses dos trabalhadores. Note-se que os signos deram à bandeira a possibilidade de afirmar que, sendo ela a expressão maior da nacionalidade e estando nela as representações dos operários (o martelo) e dos camponeses (a foice), tornam-se estas duas as forças sociais mais importantes da nação. Há uma enorme série de exemplos de instrumentos, ou até mesmo produtos de consumo, que perderam seu sentido inicial para se transformarem em signos: ou seja, passaram a funcionar como veículo de transmissão de ideologias (Citelli, 2002, p. 26).

É descrito por Citelli (2002, p. 33) que "as instituições falam através dos signos fechados, monossêmicos, dos discursos de convencimento." Alguns exemplos de instituições maiores, como: o judiciário, a igreja, a escola, as forças militares, o executivo e outras, quanto as micro instituições - a unidade familiar, a sala de aula, a sociedade amigos de bairro são organizações que determinam nossas condutas, algumas delas podendo até agir com violência, inclusive a física, para continuarmos na linha.

Nesses exemplos, sabe-se até onde existe objeto ou produto de consumo, e onde começa o signo; numa palavra, estamos diante da passagem do plano denotativo para o plano conotativo.

Mas, ao avançar neste projeto já imenso, a semiologia encontra novas tarefas; por exemplo, estudar esta operação misteriosa pela qual uma mensagem qualquer se impregna de um sentido segundo, difuso, em geral ideológico, a que se chama 'sentido conotado' (Barthes, 2001, p. 179).

Em relação à ideologia, Kellner (2001, p.84) afirma que ela faz parte de um sistema de dominação, servindo para aumentar a opressão, legitimando forças e instituições que reprimem e oprimem. "Em si mesma, constitui um sistema de abstrações e distinções como sexo, raça e classe", construindo assim divisões ideológicas de caráter sexista, racista, classista e outros tipos. Cria definições entre comportamento próprio e impróprio, enquanto atribui direitos em cada um desses domínios, "uma hierarquia que justifique uma dominação de um sexo, de uma raça e uma classe sobre os outros, em virtude de sua alegada superioridade ou da ordem natural das coisas."

Por exemplo, diz-se que as mulheres por natureza são passivas, domésticas, submissas, etc., e que seu domínio é a esfera privada, o lar, enquanto a esfera pública é reservada aos homens, supostamente mais ativos, racionais e dominadores. Diz-se com frequência que os negros são preguiçosos, irracionais e burros, portanto inferiores à raça branca dominante. Um estudo cultural crítico e multicultural deve, portanto, levar a cabo uma crítica das abstrações, das reificações e da ideologia que siga os rastros dessas categorias reificadas e dessas fronteiras até suas origens sociais, criticando distorções, mistificações e falsificações aí presentes. Uma das funções da cultura da mídia dominante é conservar fronteiras e legitimar o domínio da classe, da raça e do sexo hegemônico (Kellner, 2001, p. 84).

Para Santaella (1996, p.214) alguns grupos e instituições mantêm a estabilidade por meio de combinação de força e hegemonia. Para que as fronteiras sociais se conservem intactas eles exercem violentamente o poder (polícia, forças militares, grupos de vigilância, etc) enquanto outras instituições como a religião, a escola ou a mídia, servem para induzir a ordem dominante, estabelecendo o poder ideológico da sua determinada ordem social, que pode ser o fascismo, supremacia branca, socialismo democrático, capitalismo liberal, comunismo ou qualquer outra ordem. O discurso dominante passa os signos para que os preceitos institucionais sejam absorvidos, mantendo a ordem e o *status quo*.

Tanto em uma sociedade sem classes como em uma sociedade de classes, a ideologia tem como função assegurar uma determinada relação dos homens entre si e com suas condições de existência, adaptar os indivíduos a suas tarefas fixadas pela sociedade. [...] Numa sociedade de classes, a ideologia da classe dominante busca conformar os homens à imutabilidade do sistema para garantir a sua reprodução e preservação. O papel mais saliente da ideologia é o de cristalizar as cisões da sociedade, fazendo-as passar por naturais. Desse modo, a ideologia não aclara, ou melhor, não diz a realidade, nem procura dizê-la, mascara-a, homogeneizando os indivíduos aos clichês, *slogans*, termos abstratos, signos ocultos, que têm por função fazer passar por eternas condições sociais que são histórias e relativas (Santaella 1996, p.214).

2.3.1 Ideologia na mídia

Nas definições de Costa (1989, p.29/30), o cinema e a história possuem três maneiras de serem relacionados:

- a) A história do cinema: que é relacionada com a historiografia cinematográfica, a investigação com metodologia, uma história como as outras (história da literatura, do teatro e demais), como já foi relatado no sub-capítulo relacionado ao invento do cinema;
- b) A história no cinema: quando os filmes são fontes de documentação histórica ou são representações da história, o que não é o objetivo de estudo desta monografia; no presente trabalho;

- c) O cinema na história: que é o assunto em questão para a elaboração deste objeto de estudo, no qual será relatado como os filmes podem assumir um papel importante no campo da propaganda política e na difusão da ideologia, estabelecendo freqüentemente "relações muito íntimas entre o cinema e o contexto sócio-político em que se afirma e sobre o qual pode exercer uma influência importante."

O cinema não é apenas um importante meio de comunicação, expressão e espetáculo, que teve seu início e sua contínua evolução, mas, exatamente enquanto tal, mantém relações muito estreitas com a história, entendida como aquilo que definimos o conjunto dos fatos históricos ou considerada como a disciplina que estuda tais fatos (Costa, 1989, p. 29).

Segundo Kellner(2001, p.54) o estudo sobre signo e ideologia é importante para podermos analisar os discursos mostrados nos filmes de Hollywood, pois ele afirma que "A cultura da mídia é também o lugar onde se travam batalhas pelo controle da sociedade".

Feministas e antifeministas, liberais e conservadores, liberais e defensores do *status quo*, todos lutam pelo poder cultural não só nos meios noticiosos e informativos, mas também no domínio do entretenimento[...] A mídia está intimamente vinculada ao poder e abre o estudo da cultura para as vicissitudes da política e para o matadouro da história (Kellner, 2001.p 54).

Kellner (2001, p.54) afirma que a mídia "ajuda a conformar nossa visão de mundo, a opinião pública, valores e comportamentos, sendo, portanto, um importante fórum do poder e da luta social." Os grupos sociais procuram ter o domínio da mídia para poderem propagar suas ideologias e o discurso que faz a separação de classes, o domínio do poder através da cultura da mídia dominante.

Costa (1989, p.115) define que, em especial a ideologia dominante do cinema moderno, "é uma ideologia progressista: à expressão de uma nova subjetividade

individual ou coletiva, à definição de uma nova linguagem e de novas tipologias expressivas", afirmando ainda que a ela é atribuída a tarefa de captar as mudanças e produzir ou acelerar processos de transformação moral, social e política.

Alea (1984, p. 65) também descreve como pode haver transferência de ideologia para o espectador por parte da classe dominante, pois esse encontra-se com a consciência adormecida momentaneamente durante o espetáculo. "Além disso, parece ser um de seus resultados óbvios quando o espetáculo encarna um espírito reacionário e é produto ideológico de uma consciência de classe exploradora."

Age, desse modo, mais efetivamente no espectador imaturo – na criança vulnerável por sua pequena idade, ou em qualquer tipo de consciência pueril. No entanto, já faz bastante tempo que o chamado 'espectador comum' foi definido pelo cinema norte-americano (o de Hollywood no tempo das vacas gordas), que realiza espetáculos para qualquer idade, mas cuja idade mental corresponde aos doze anos (Alea, 1984, p. 65).

Gitlin (2003, p. 128) afirma que a linguagem dos filmes de ação não pode ser culta, pois assim será mais fácil ter sucesso na bilheteria. Quanto mais culta a linguagem, mais difícil será de alcançar êxito e exportar o produto.

Nos filmes de ação, as palavras foram rebaixadas, é claro. Surgem a partir de colagens de ações, como se fossem emanções de movimentos físicos. Como demonstra o êxito astronômico das produções de Steven Spielberg, George Lucas e James Cameron, o sucesso de bilheteria não exige facilidade com o diálogo. Supõe-se o contrário: o domínio da linguagem é, no mínimo, um impedimento. Quanto menos chamar atenção a linguagem, mais exportável o produto (Gitlin, 2003, p.128).

Segundo Kellner (2001, p. 93) "Em filmes, a ideologia é transmitida por imagens, figuras, cenas, códigos genéricos e pela narrativa como um todo". A posição da câmera, a iluminação, a abundância de ângulos baixos da câmara enquadram os heróis dos filmes como míticos e maiores do que na vida real.

A representação da ideologia dominante nas películas estadunidenses destinadas ao grande público mostra-se paralela às relações e intenções internacionais do Estados Unidos da América.

2.4 Persuasão

Neste capítulo serão colocadas as definições de persuasão como técnica de convencimento e a sua utilização na mídia, em especial o cinema, com suas peculiaridades e facilidades de convencimento

Nas definições de Barthes (2001, p. 5) em relação à retórica, ele afirma que é uma técnica, uma arte, no sentido clássico da palavra: "arte da persuasão, conjunto de regras, de receitas cuja aplicação permite convencer o ouvinte do discurso (e mais tarde, o leitor da obra), mesmo quando aquilo de que se deve persuadi-lo seja falso".

Conforme Citelli (2002, p.23) "Para se verificar a construção do signo persuasivo, é necessário reconhecer a organização e a natureza dos signos lingüísticos". Nesta organização, o significante é o concreto. É o que torna o signo audível ou legível, ou seja, o conjunto sonoro, fônico. O aspecto conceitual do signo, a representação mental ou imaterial é o significado. O signo não possui relação direta entre o significante e o significado assim como a palavra "caneta" não tem com o objeto "caneta". Isto é definido por convenção, de maneira arbitrária. "O signo é representativo, simbólico. Ou seja, coisas não se confundem com palavras. As palavras não são as coisas que designam."

Teríamos que, existindo a parte do corpo humano formado pela cabeça, foi necessária a criação de algum designativo para indicá-lo. Podemos então deduzir que as circunstâncias históricas, o mundo concreto, os anseios espirituais, ao longo de seus processos de desenvolvimento, forma criando necessidades de nomeação dos objetos. A arbitrariedade seria uma espécie de segundo momento, precedida pela necessidade. O homem precisa nomear e o faz arbitrariamente, criando o símbolo a que chamamos de signo ou palavra. Resta-nos dessas observações que o desejo de comunicar certas idéias - a comunicação propriamente dita, a vontade de dizer coisas aos outros e o efetivo ato de dizer, o movimento em direção à construção do texto e sua construção - fica mediado por essa unidade menor que se chama signo. O modo de articulá-lo, organizá-lo, poderá determinar as direções que o discurso irá tomar, inclusive de seu maior ou menor grau de persuasão (Citelli, 2002. p 25).

Bakhtin (1999, p.17) teve conhecimento da importância de estudar a natureza do signo para reconhecer os tipos de discurso. Em síntese, ele descreve que é impensável afastarmos do estudo

das ideologias o estudo dos signos, e que a questão do signo se prolonga na questão das ideologias. Afirma que existe uma relação de dependência entre signo e ideologia que nos leva a crer que só é possível o estudo dos valores e idéias contidas nos discursos se observarmos a natureza dos signos que os constroem. Neste caso os auxílios retóricos que fazem parte de um texto, não estariam nele somente para fins estéticos. Eles seriam recursos persuasivos que revelariam vários comprometimentos de cunho ideológico.

Com o exemplo a seguir, Citelli (2002, p.28) mostra como até as placas de ruas acabam servindo como veículos difusores de persuasão, definindo que a maneira como conduzir o signo é de vital importância para a compreensão dos modos de se produzir a persuasão. Podemos deduzir que as placas são indicativas. Mas não só, já que conotam idéias e valores que estão embutidos em sua aparente utilidade.

A rodovia Castelo Branco está próxima. A primeira impressão é a de que a função do nome Castelo Branco é apenas o de indicar a existência de uma determinada rodovia. Se assim fosse, estaríamos diante de um nível denotativo da linguagem cujo raio de ação terminaria no plano meramente indicativo. Porém, se lembrarmos que aquela rodovia poderia ter recebido um outro nome, visto que a possibilidade de homenagear é quase infinita, teríamos que:

- a) existiu uma escolha contextualizadora, ou seja, elegeu-se o nome de Castelo Branco e não outro qualquer;
- b) tal escolha foi pautada pela relação da personagem com certos fatos da vida brasileira recente;
- c) o homenageado representou (pelo menos dentro da ótica dos que escolheram o nome da rodovia) um homem que realizou algum grande feito nacional, no caso específico ter coordenado o golpe de 1964, portanto, merece ser lembrado e louvado;
- d) o nome de Castelo Branco (um grande homem para designar uma grande rodovia, afinal foi a primeira auto-estrada brasileira!) colabora no sentido de ajudar a perpetuar os valores ideológicos daqueles que depuseram o legítimo governo de João Goulart. Castelo Branco seria a síntese de uma glorificação: nele o encontro de um anônimo exército de golpistas (Citelli, 2002. p 28.).

2.4.1 Persuasão na mídia

Para Alea (1984, p. 61) o cinema tem peculiaridades quando relacionado ao fenômeno de identificação. As condições que os espectadores se encontram na hora da exibição ajudam para transformar o cinema em um meio de persuasão.

As próprias condições do espetáculo cinematográfico (as imagens – luz e sombras – que se movem na tela, os sons que envolvem o espectador...) contribuem para criar uma sensação de isolamento ainda que estejamos no meio de uma multidão que não se vê e não se escuta, e isso tende a provocar no espectador algo semelhante ao estado hipnótico, um estado de transe no qual a consciência pode ficar totalmente adormecida. Neste sentido, as imagens de um filme podem ser comparadas a um sonho compartilhado e, conseqüentemente, seu poder de persuasão ou de sugestão alcança um nível perigoso, já que pode operar em um sentido ou em outro (Alea, 1984, p. 61).

Nas afirmações de Kellner (2001, p. 91), "O espetáculo do filme, portanto, costura a oposição cultural entre natureza e tecnologia por meio dos efeitos '*high-tech*' que, exibimos com grande exuberância, subjugam o espectador com imagens, sons e os prazeres do gênero ação-aventura."

Segundo Costa (1989, p.115), "Uma nova consciência das potencialidades e dos mecanismos de comunicação do meio, afirmada em extrema concomitância com as temáticas desenvolvidas pelas ciências humanas (psicologia, semiótica, estética, sociologia)", compete ao cinema definições de papéis importantes, não só como representação, mas também para o conhecimento das mudanças em curso.

Para Alea (1984, p. 49) o espetáculo cinematográfico de consumo é constituído pela comédia ligeira ou melodrama que possuem um final feliz. Ele afirma que este *happy end* é uma arma ideológica de certa eficácia para consolidar o conformismo nos espectadores."

Depois de uma trama em que, através de numerosas peripécias nos fazem sentir que – na pessoa do herói que os encarna -, são ameaçados os valores estáveis da sociedade, os que conformam no plano ideológico sua fisionomia, isto é, aqueles que (quase nunca se tem consciência por que) se converteram em idéias sagradas, em objeto de culto e veneração (a pátria como noção abstrata, a propriedade privada, a religião, e em geral tudo o que constitui a

moral burguesa), tais valores no final se salvam e abandonamos a sala de espetáculos com a sensação de que tudo está muito bem e que não é preciso mudar nada (Alea, 1984, p. 49).

2.5 O discurso dominante

Para Citelli (2002, p. 32), é possível afirmar sobre o discurso persuasivo que "ele se dota de signos marcados pela superposição. São signos que, colocados como expressões de 'uma verdade', querem fazer-se passar por sinônimos de 'toda a verdade' ". Nessa medida, compreende-se que o discurso persuasivo se dota de recursos retóricos, com objetivo de convencer ou alterar atitudes e comportamentos já estabelecidos. O discurso persuasivo é quase sempre expressão de um discurso institucional.

Assim, por exemplo, se o Código Civil determina que a monogamia é o modo de organizar a família no Brasil, não nos é dado espaço para questionar tal enunciado. As leis, a ética, são codificadas em signos tão persuasivos que a monogamia passa a ser aceita como uma espécie de verdade absoluta. Caso tenhamos convicções poligâmicas, todo o esforço das instituições - representadas nas mais diversas falas, inclusive dos amigos, dos vizinhos, do padre etc. - será no sentido de reverter esse comportamento. Nesse caso, a ação persuasiva será no sentido de alterar uma atitude que afronta as instituições. Mas, se ainda nos mantivermos firmes em nossa posição poligâmica, afrontando, portanto, a fala institucional, quebrando a normatividade da organização familiar, então poderão ser esgotados os argumentos discursivos e adirão outras formas repressivas, inclusive a física. Os discursos que enunciamos em nosso cotidiano individual, conquanto possam estar dotados de recursos composicionais, estilísticos, até muito originais, não deixam de trazer a natureza sociabilizada do signo. Daí que os signos enunciados por nós revelam as marcas das instituições de onde derivam. Ao absorvermos os signos, incorporamos preceitos institucionais que nem sempre se apresentam tão claramente a nós. É necessário, então, indagarmos um pouco mais sobre a natureza

do discurso persuasivo enquanto ponte para as falas institucionais (Citelli, 2002, p. 33).

Em um artigo, Chauí (1981, p. 3) desenvolveu o conceito de discurso competente. Este discurso revela como a "verdade" acaba sendo de quem tem o poder ou de quem possui "competência" para falar, por estarem em situações superiores profissional, intelectual ou emocional aos demais.

Como é sabido, vivemos em uma sociedade que premia as competências, nos campos profissional, intelectual, emocional, esportivo etc. Ao limbo são condenados aqueles que estão 'do lado' da incompetência, porque não conseguem subir na vida, ou são instáveis emocionalmente, desgarrados da família, maus alunos, repetentes nos exames vestibulares, inseguros nas tomadas de decisões. Se olharmos a questão por esse ângulo, veremos que o leque dos fracassados é enorme; os vitoriosos cabem nos pequenos círculos gerenciais (Chauí, 1981, p. 3).

Para Chauí (1981, p. 4) quando se tem a eficiência, costuma desconsiderar as naturezas e finalidades dos bens produzidos. Não importa que métodos foram utilizados para se chegar aos resultados ou qual a finalidade do produto. "Deus e o diabo podem diferenciar-se na Terra do Sol, mas, no que diz respeito à organização produtiva, eles se misturam. Não se pergunta para que, para onde, para quem os bens se voltam."

Alguém ganhou, alguém perdeu, afirmaram-se individualidades, foram os seres brutalizados, são perguntas improcedentes para o caso. Assim sendo, se, por exemplo, no interior do sistema tecnoburocrático militar, um pesquisador de física atômica consegue descobrir uma partícula com maior poder de destruição do que as já existentes, então a ele está assegurado o galardão da competência, pouco importando a natureza ética de tal descoberta: a glória do cientista virá, ainda que pela porta do inferno. [...] Ao diluir tudo num plano meramente concorrencial e triunfalista, as instituições impedem que se façam perguntas, que se indague das naturezas das competências. A ponte por onde transita a mistificação da competência é a palavra, é o discurso burocrático-institucional com seu aparente ar de neutralidade e sua validação assegurada pela cientificidade. Afinal, quem afirma é o doutor, o padre, o professor, o economista, o cientista etc. (Chauí, 1981, p. 5).

Isso ajuda a manter as relações de dominação entre a classe dominante e que falam pela instituição e os que são dominados. Os que possuem as suas expressões suprimidas, sem a palavra, "ficam entregues a uma espécie de marginalidade discursiva: um reino do silêncio, um mundo de vozes que não são ouvidas.", segundo Chauí (1981, p. 6).

O discurso autoritário faz com que as verdades de uma instituição sejam expressão da verdade de todos, e é assim colocado por Chauí (1981, p. 7): "O discurso competente confunde-se, pois, com a linguagem institucionalmente permitida ou autorizada, isto é, com um discurso no qual os interlocutores já foram previamente reconhecidos como tendo o direito de falar e ouvir."

Tornou-se discurso neutro da cientificidade e do conhecimento. Se é neutro, ninguém o produz; se científico, ninguém o questiona. Quem fala é o Ministério da Fazenda, através do seu corpo técnico; a Sociedade Médica através de seus doutos membros; a grande corporação transnacional através de seus executivos etc. Autorizado pelas instituições, o discurso se impõe aos homens determinando-lhes uma série de condutas pessoais. Os recursos retóricos se encarregam de dotar os discursos de mecanismos persuasivos: o eufemismo, a hipérbole, os raciocínios tautológicos, a metáfora cativante permitem que projetos de dominação de que muitas vezes não suspeitamos, possam esconder-se por detrás dos inocentes signos verbais (Chauí, 1981, p. 11).

Beltrão e Quirino (1986, p. 45) colocam em suas considerações que na "procura do homem, para o qual deve exercer o seu ofício e que dele espera incentivo para a sua liberação, o agente cultural da comunicação terá, antes de mais nada, de compreender a comunicação de massa, e não apenas utilizá-la."

Substituindo a palavra e a escrita pela imagem, pelos objetos, pelos comportamentos, os meios de massa, com destaque para o cinema e a televisão, passaram a exercer forte influência sobre a mentalidade e a conduta do homem e dos grupos. Substancialmente manipulados e controlados por forças econômicas e políticas hegemônicas, os discursos da nossa sociedade são eminentemente equívocos, tornam-se de tal modo polivalentes que sua profunda significação permanece inacessível à massa consumidora. A situação criada pela tecnologia da comunicação, da qual emerge um tipo de cultura compartilhada por sábios e ignorantes, a chamada

cultura de massa, mobiliza, no seu exame e na sua crítica, filósofos, educadores, filólogos, antropólogos, sociólogos, psicanalistas, cientistas sociais de todos os matizes (Beltrão e Quirino 1986, p. 54).

2.6 A troca dos nomes

Hollywood costuma lançar filmes com heróis, mas estes personagens são trocados constantemente. As causas nobres dos mocinhos e os vilões, suas ideologias e suas pátrias também são constantemente diferenciados de um filme para outro.

Citelli (2002, p.30) descreve a necessidade de "dourar a pílula", dar nova roupagem a algo já desgastado, dando exemplo da palavra capitalismo para falar sobre o eufemismo, palavra derivada do grego *euphemismós*, que serve para diminuir o sentido desagradável de uma expressão.

O eufemismo não teria maior importância se deixasse de ser um jogo de mistificação, nascido exatamente pela troca dos nomes. A alteração lexical não é apenas parte de um natural processo sinonímico, mas o desejo de dourar uma pílula cujo desgaste se tornou evidente. Mas, se não há diferença substancial entre um e outro termo, por que trocá-los? Qual o jogo retórico que está por detrás do eufemismo? A resposta nos remete a uma idéia segundo a qual uma das preocupações do discurso persuasivo é o de provocar reações emocionais no receptor. Ou seja, no caso de se deslocar a palavra contaminada (capitalismo), para a angelical (livre-empresa), assegura-se uma recontextualização do signo que passa agora a produzir novas idéias, valores que não são mais associados às primárias formas de exploração do capitalismo (Citelli, 2002, p 30).

Hollywood mostra uma espécie de face camaleônica onde seus velhos artifícios vão e voltam, além de se moldarem conforme o contexto internacional, muitas vezes, tendo apenas uma nova maquiagem.

Os filmes são especialmente sensíveis aos ventos de mudança; por isso, quando a distensão nas relações com a União Soviética

aparece como uma evolução política importante, Hollywood percebe e muda de foco. No entanto, os filmes de aventura precisam ter um inimigo, um outro estrangeiro malvado, e tanto Hollywood quanto Reagan e Bush se voltaram para os vilões árabes na diabolização política necessária às narrativas hollywoodianas e à política americana num momento em que a União Soviética começava a interessar-se por *Big Macs*, pornografia, crime e capitalismo (Kellner, 2001, p.115).

3 METODOLOGIA

Segundo Galliano (1986, p.6) para que este estudo receba uma consideração de trabalho científico, ele precisa ser elaborado seguindo uma metodologia. Um trabalho científico é realizado através de uma investigação científica, levando uma pessoa a procurar a existência de um problema e sua possível explicação ou solução.

O método de procedimento é o chamado monográfico, pois se trata de um trabalho científico.

Em relação a Vergara (2004, p.27), o trabalho acadêmico pode ser caracterizado das seguintes maneiras:

- Intervencionista: propõe a modificação da realidade estudada.
- Explicativa: esclarecer fenômenos. Tem por objetivo tornar algo compreensível.
- Exploratória: tem-se pouco conhecimento da área a ser pesquisada.
- Aplicada: necessidade de resolver problemas.
- Metodológica: refere-se a instrumentos de captação da realidade.
- Descritiva: são levantamentos de características conhecidas de determinado fenômeno ou população.

Esta monografia foi caracterizada pelo método descritivo.

Quanto aos meios, ou seja, os procedimentos de coleta podem ser caracterizados por:

- Pesquisa bibliográfica: é o estudo desenvolvido com base em materiais já publicados referentes ao mesmo tema, ou seja, acessível ao público. Este método foi utilizado para a realização deste trabalho acadêmico.
- Documental: refere-se a estudos feitos em documentos de instituições, documentos conservados no interior de cada organização.
- Experimento ou laboratório: meio no qual o pesquisador simula situações reais, manipula e controla as variáveis a fim de estudar hipóteses diferentes.
- Levantamento: pesquisa que busca informações diretamente com um grupo de interesse.
- Ex-post-facto: refere-se a um fato já ocorrido. Quando o pesquisador não pode controlar as variáveis.

O método utilizado foi a pesquisa bibliográfica.

A fonte de informação utilizada foi bibliográfica: coleta de informações em materiais já publicados.

Os métodos para investigação ou abordagem são 4 e se definem por:

- Dedutivo: parte das leis gerais para as particulares.
- Indutivo: parte do particular para o geral.
- Hipotético-dedutivo: é um misto dos dois citados acima.
- Dialético: trata a realidade de uma maneira dinâmica.

O método de investigação utilizado foi o dedutivo.

As informações foram pesquisadas através de palavras-chaves digitadas no banco de dados da biblioteca do UniCEUB. Foram encontrados livros destinados ao estudo nas áreas de sociologia, semiótica, cinema, propaganda, lingüística história, conflitos internacionais e outros. Também foram

utilizadas pesquisas em páginas da internet destinadas a busca de outras páginas, como: Altavista, Google e Cadê, também através de palavras-chaves referentes ao assunto.

4 ANÁLISE E DISCUSSÃO

4.1 O cinema da primeira metade do século XX

No cinema de propaganda política, existe uma estrutura básica sobre a qual vêm sendo feitas inúmeras variações: de início somos apresentados a uma situação de felicidade e harmonia, logo em seguida, porém, forças exteriores ameaçam tal felicidade, procurando destruí-las através dos meios mais abomináveis; após algumas tentativas heróicas, finalmente a ameaça é afastada, retornando-se a uma felicidade ainda mais completa, porque triunfa atravessando pelo sofrimento.

Presente nos filmes nazistas e soviéticos, em nenhum lugar, porém, a fórmula obteve tanto sucesso como no cinema hollywoodiano, onde a indústria cinematográfica chegou a conhecer o mais alto profissionalismo e também os maiores índices de lucratividade. Com pequenas variações, os maiores sucessos de bilheteria costumam seguir este modelo, desde o filme *Nascimento de uma Nação* (1914), de Griffith, até as obras mais recentes. Para compreender o fenômeno, é preciso entender a idéia de propaganda política como algo bem mais amplo do que a simples disseminação direta de uma ideologia específica.

A libertação dos judeus em *The Ten Commandments* (Os Dez Mandamentos), a luta da cristandade emergente em *Ben-Hur* e *Quo Vadis*, a derrota do sul na Guerra Civil Americana em *Nascimento de uma Nação* e *Gone With the Winds* (E o Vento Levou) e a ameaça do terror nazista em *A Noviça Rebelde*, são filmes que possuem um elemento de conteúdo político ou no mínimo ideológico. São igualmente testemunhos de que a propaganda pode virar divertimento e este se transformar em eficiente propaganda.

Nem é particularmente surpreendente que este conteúdo seja geralmente retrospectivo e conservador. Para satisfazer a maior quantidade possível de público, os sucessos populares têm que se basear em valores seguramente estabelecidos.

Reforçar atitudes e normas já estabelecidas é um fator importante no chamado condicionamento de respostas, em que se baseiam a propaganda e o marketing de uma forma geral.

O cinema, como um ramo de negócio destinado a satisfazer um largo público, precisa ter ligações bastante próximas com suas preferências estéticas, religiosas e políticas. Nesse sentido, mesmo sem a interferência estatal de seus similares europeus, o cinema dos Estados Unidos da América, produzido essencialmente em Hollywood, mostrou-se sempre um poderoso instrumento de propaganda ideológica, exercendo sobre as platéias variados tipos de influência. Isto se aplica especialmente à propaganda no cinema dos Estados Unidos da América, e por razões óbvias.

O cinema tornou-se a quarta indústria mais importante dos Estados Unidos, e media-se o sucesso de um produto por sua passagem pelas bilheterias. Mesmo durante a I Guerra Mundial, ainda era possível especular sobre vantagens indiretas, mais do que sobre o lucro da venda de ingressos. Havia até a oportunidade de antagonizar amplos setores da comunidade para criar comportamentos em relação a determinados assuntos – como por exemplo, a entrada da América na guerra. À medida que a indústria se expandia, começou a ficar mais delicada sua relação com os vários grupos de pressão, a diferença entre sucesso de público ou fracasso tornou-se mais marcada e assumiu maior significado financeiro. (Furhammar, 2001, p. 50).

Desafiar o *status quo* significa expor à sorte vastas somas de dinheiro. Para que este risco financeiro não ocorra, foi elaborado entre os magnatas do cinema o Código de Produção, que se destina a proteger a indústria cinematográfica de boicotes ou acasos semelhantes, e estabelecer limites definitivos para a liberdade de expressão. O resultado foi que se os filmes comerciais eram determinados em algo, seria quase que exclusivamente em causas que geralmente eram apoiadas, conjuntamente, por autoridades e o público.

Longe de se constituir em fenômeno recente, a utilização da propaganda política esteve, desde o início, ligada à história do cinema hollywoodiano. Apenas com diferença de que, na década de 10 ou 20 (durante a Primeira Guerra Mundial, por exemplo), ainda era possível especular sobre o assunto e até se assumir alguma posição independente. A medida, porém, que a indústria cinematográfica se expandiu, tornou-se cada vez mais difícil escapar aos padrões de expectativa impostos pelo público – embora muitas vezes, simplesmente ditados pelo poder constituído. A lealdade do cinema dos Estados Unidos da América à sociedade de seu país não pode, ser vista como menos rígida do que a do cinema da extinta União Soviética, por exemplo. Mesmo inspirado por raciocínios comerciais, o Código de Produção, que viria a governar o comportamento de Hollywood durante várias décadas, representava uma autêntica declaração de fé no sistema social capitalista.

Para Furhammar (2001, p. 52), "os produtos da indústria cinematográfica americana, mesmo controvertidos, tem determinados comportamentos e valores."

Quando os Estados Unidos da América entraram na Segunda Guerra Mundial, os filmes de guerra passaram a ser o carro-chefe dessa indústria do lazer e da propaganda, como inúmeros estudiosos a chamaram. Gênero já ensaiado por ocasião do conflito internacional anterior, não foi difícil dar a ele a necessária atualidade e o inevitável colorido patriótico, comum aos estadunidenses. De qualquer forma, o tema da guerra acabou por tomar conta também dos outros gêneros cinematográficos, como a comédia, que eram facilmente encaminhados para a propaganda, e vários musicais, que tiveram uma conotação política sem comprometer suas credenciais como divertimento nem com os seus estilos característicos.

Uma indústria de diversão que é voltada para a satisfação da maioria, está limitada a desenvolver um mundo imaginário completo que tanto modela como é modelado pelos juízos de valores coletivos do público. Isso reflete e preserva os objetivos imaginários e as fantasias favoritas da sociedade ao mostrá-los sob formas atraentes.

Seja por causa ou apesar de sua intenção, tal indústria se torna política. O divertimento vira propaganda indireta e a propaganda vira divertimento (Furhammar, 2001, p. 52).

Esta relação tem sido mostrada tanto em épocas de guerra efetiva ou de guerra fria, quando os filmes estadunidenses ajudam a edificar a nação. Com intenções propagandísticas, vários estilos de filmes destinados à diversão foram prontamente acomodados com pequenas modificações, como supressões de cenas ou diálogos ou alguns toques a mais para ficar de acordo com que a situação política pedia.

Segundo Furhammar (2001, p. 53) "Quando os Estados Unidos entraram na II Guerra Mundial, já se havia dado forma ao filme de guerra; só precisava ser firmemente ancorado nos acontecimentos correntes e receber maior ênfase patriótica."

O homem invisível tornou-se o inimigo número um da Gestapo em *Invisible Agent* (t.l. *O Agente Invisível*, 1942). O Pato Donald foi exposto ao terror nazista em *Der Fuehrer's Face* (t.l. *A Cara do Führrer*, 1943). Tarzan luta contra soldados alemães em *Tarzan Triumphs* (*O Triunfo de Tarzan*, 1943). As aventuras de Sherlock Holmes o levaram ao nível de política internacional numa série de

filmes dos anos de guerra (*Sherlock Holmes and the Secret Weapon* – *A Arma Secreta*), e quando, em 1943, foi filmado *Desert Song* (*Canção do Deserto*), uma pequena plástica transformou os vilões em nazistas. Na mesma época os homens-maus dos filmes de aventura tornaram-se agentes alemães, e os *gangsters* dos policiais eram quinta-colunas nazistas (Furhammar, 2001, p. 53).

Os atores que costumavam representar papéis de vilões, precisaram adquirir um sotaque alemão para fazerem parte do exército de Hitler nos filmes, se desejassem continuar interpretando papéis semelhantes. Cinema e política, como se pode constatar, sempre formaram um par na indústria hollywoodiana. Com a Segunda Guerra Mundial terminada, outros problemas continuaram aparecendo, principalmente para diretores que – sensibilizados pelo drama da guerra – resolveram voltar seu instrumento (a câmera) para a denúncia da realidade social. O mundo do pós-guerra revelou-se um lugar perigoso: havia a essa altura a guerra-fria, exigindo do cinema um novo comprometimento oficial, que substituísse os antigos vilões nazistas pelos terríveis vermelhos, assim definidos por eles. Os atores destinados aos papéis de malfeitores, tiveram de virar comunistas, trocando de uniforme para serem os bandidos da Gestapo.

Informação e propaganda são muito importantes em época de guerra. Depois de Pearl Harbor, a população dos Estados Unidos da América precisava ser encorajada a ter uma vontade de lutar. Eles tinham de esclarecer os objetivos da guerra; necessitavam de argumentos para serem desenvolvidos e ligados a valores geralmente aceitos. Era preciso insinuar solidariedade aos aliados e ódio aos inimigos.

4.1.1 Marcatismo

Quando se instaurou, em 1947, um comitê na Câmara sobre atividades antiamericanas, Hollywood foi um dos primeiros alvos de seu fogo cerrado. As principais suspeitas deste Comitê se dirigiram para a Associação dos Escritores Cinematográficos, por considerá-la um centro de conspirações comunistas, o que acabou sendo testemunhado por profissionais do próprio meio do cinema, dispostos a denunciar seus companheiros em troca de algum privilégio ou, pelo menos, da própria liberdade. A atividade dos marcartistas, que precederam o senador Joe McCarthy, ainda não colocava respeito. Ela era desenvolvida na Comissão de Atividades Antiamericanas da Câmara, a HUAC, originada temporariamente (como "comissão especial") no ano de 1938, por iniciativa de

Martin Dies, um democrata do Texas. Perto da Segunda Guerra Mundial, os assuntos sobre movimentações de tropas de choque nazistas e fascistas, confrontos com os comunistas e perturbações na vida política e industrial da Europa assustavam os Estados Unidos da América.

Entre 1919 e 1935, o Congresso iniciara quatro investigações de atividades comunistas ou subversivas – três desenvolvidas por comissões parlamentares e uma pelo Departamento de Justiça. Tais investigações geralmente concentravam-se na questão da propaganda subversiva. E costumavam ser limitadas e superficiais, produzindo poucos resultados concretos (Ferreira, 1989, p. 61).

Revel (2003, p. 123) deu sua definição ao regime político dos Estados Unidos da América, escrevendo em seu livro que eles "são uma democracia somente na aparência. O sistema político americano revelou sua verdadeira face no período marcatista".

Vários setores da sociedade como o educacional, o sindical, o artístico, o científico e o cultural tornaram-se alvo dos agentes, principalmente após o fim da Segunda Guerra Mundial. Mas antes desses campos, o alvo foi a indústria do cinema. A investigação de Hollywood e da indústria do entretenimento – talvez a maior, e de efeitos mais devastadores – entrou para a história como ação inquisitorial contra toda uma comunidade. Documentada em livros e ilustrada em filmes, reconstitui a sua formalidade de enfraquecer a dignidade, suas práticas de alcagüetação e os efeitos na vida de uma comunidade, nos dramas familiares e nos comportamentos individuais.

Entre tais delatores e colaboradores do marcatismo destacaram-se os nomes de Walt Disney, dos produtores Jack Warner (Warner Bros.) e Louis B. Mayer (Metro Golding Mayer) e dos atores Cary Cooper, John Wayne e do ex-presidente, na época ainda ator, Ronald Reagan.

Foram denunciados 19 pessoas, que, como era esperado, negaram-se a responder às perguntas, tanto à pergunta-chave "Você é ou já foi membro do Partido Comunista?" como às inofensivas como 'Você é filiado ao sindicato?'. Consideravam todas elas violadoras da liberdade de opinião e de associação. Dos 19 considerados inamistosos, 11 foram chamados ao banco das testemunhas nessa primeira fase de interrogatório. O teatrólogo e escritor Bertolt Brecht era estrangeiro, e preferiu afastar-se dos demais, responder às perguntas da comissão e retornar definitivamente à Europa. O final das audiências só aconteceu em 1950, quando os Dez restantes foram para a cadeia. Este grupo ficou conhecido como os Dez de Hollywood.

Em 1951, um novo processo foi aberto para novas investigações e inquéritos, desta vez de maneira mais sistemática e implacável. Criou-se uma lista contendo 212 nomes, ficando todos forçados a procurar sobreviver em outras atividades. Nesta fase, o senador McCarthy já tinha grande influência na política dos Estados Unidos da América.

Nesta época já estavam sendo produzidos filmes que tinham como temática a luta contra os japoneses. Como destaque estão *Walls of Montezuma* e *Sands of Iwo Jima* (Iwo Jima, Portal da Glória – 1949). Este último, protagonizado por John Wayne, pode ser lembrado pela reprodução da célebre cena do hasteamento da bandeira dos Estados Unidos da América por seus soldados, na pequena ilha de nome Iwo Jima.

4.2 O cinema de segunda metade do século XX

Depois deste período, os homens maus dos filmes de aventura dos Estados Unidos da América tornaram-se perigosos agentes soviéticos, terroristas de países do Oriente-Médio, assassinos japoneses, vilões cubanos, ladrões da Alemanha Oriental e bandidos chineses ou de qualquer outra nacionalidade que os Estados Unidos da América viessem a entrar em conflito na vida real.

Os coreanos foram representados em muitos roteiros de filmes hollywoodianos, que influenciaram o imaginário de muitos espectadores ingênuos. Não se pode perder de vista o enfrentamento direto na Guerra da Coreia, onde os Estados Unidos da América apareciam disfarçados pela bandeira da ONU, além do próprio triunfo da revolução ter representado algo contrário para as pretensões estadunidenses. Filmes sobre a Coreia, entre os muitos que foram rodados como *Capacete de Aço* (Samuel Fuller, 1951), *Os Bravos Morrem de Pé* (Lewis Milestone, 1959) e *Sob o Domínio do Mal* (John Frankenheimer, 1962) nos quais procurava-se expiar as culpas e mostrar os EUA como vencedores de um conflito no qual desgastaram sua imagem. A Coreia também foi colocada como vilã no filme sobre submarinos *O Tigre dos Mares* (*Submarine Command*, 1951), e no representativo, *Tormenta Sobre os Mares* (*Hell and High Water*, 1954).

Nos primeiros anos da década de setenta, com aproximação entre os Estados Unidos da América e a China (a relação entre Moscou e Pequim, que nunca foi muito boa, nesta época estava praticamente nula), as coisas pareciam mais calmas e o diálogo entre os dois países era possível.

O distanciamento, isolamento e enfrentamento da China em relação à União Soviética nos anos seguintes, permitiu aos chineses uma trégua. No final do milênio aparece novamente a ameaça vindo da China, como um risco grave contra as liberdades individuais e nacionais. Os chineses continuam merecendo atenção e policiamento por parte dos Estados Unidos da América nas telas. Depara-se com o resgate de um antigo vilão surgido no final dos anos quarenta, início dos cinquenta: a China Vermelha.

Filmes como '*Sete anos no Tibete*', '*Justiça Vermelha*' e o insuportável '*Máquina Mortífera Quatro*', todos eles com astros muito famosos, e carreiras comerciais de grande êxito no mundo todo, se esforçam para mostrar claramente todas as mazelas do sistema de vida 'imposto' na China ou, pelos chineses, aos paradisíacos países vizinhos como Tibete (http://www.folhadahistoria.hpg.ig.com.br/indice.geral_artes_cinema.n23031999.html, 2004).

No filme *Rambo II* (1985), o protagonista é transformado num guerreiro super-homem, resgatando soldados que ainda permaneciam no Vietnã, mostrando a paranóia em torno daqueles prisioneiros. O filme é apenas mais um dentre vários que descrevem sobre retorno ao Vietnã, que começou com o *De Volta Para o Inferno* (*Uncommon Valor*) em 1983 e continuou com os três filmes de Chuck Norris *Missing in Action: Super Comando*, *Missing in Action 2* e *O Resgate* de 1984 a 1986.

Tudo é feito da mesma maneira; o retorno ao Vietnã de uma equipe de veteranos, ou então de um super-homem, um veterano super-herói, para resgatar um grupo de soldados americanos desaparecidos em ação que ainda são prisioneiros dos vietnamitas e de seus aliados soviéticos. Estes filmes mostram um retorno ao Vietnã no qual os veteranos deixam de ser desajustados e confusos transformando-se em superguerreiros. Mostram também uma tentativa cinematográfica de superar a síndrome desta guerra, apresentando os Estados Unidos da América e o guerreiro herói estadunidense vitoriosos daquela vez, mostrando, uma incapacidade de aceitar a derrota, além de uma compensação simbólica para a perda, a vergonha e a culpa ao retratarem os Estados Unidos da América como bonzinhos e daquela vez vitoriosos, enquanto seus inimigos comunistas são representados como a encarnação do mal, então alvo de derrota bem merecida.

Top Gun também foi um filme muito assistido, assim como a trilogia *Rambo*, e teve, segundo Kellner (2001, p.111), uma arrecadação superior a 130 milhões de dólares, ficando com a liderança dos filmes em relação a este item. Também

oferecia modelos de identificação e difundia o militarismo. Alguns donos de cinemas em Los Angeles e Detroit pediram à marinha que colocassem estandes de alistamento do lado de fora dos estabelecimentos. Os jovens ficavam maravilhados com a vida militar, causando um aumento no recrutamento para a marinha. Vários estudantes descreveram o filme no formulário de inscrição. Para ele, "...alguns desses filmes de grande sucesso de público, como *Top Gun*, são máquinas ideológicas minuciosamente construídas para celebrar e reproduzir as posições e atitudes políticas e hegemônicas."

Filmes como *Top Gun* institucionalizam a guerra, pois fazem uma propaganda do militarismo. Códigos cinematográficos e ideológicos como o romance, estão presentes para colocar o protagonista Maverick com o protótipo do masculino bem sucedido.

O cinema mostra imagens que levam ao desejo do espectador para certos modos de pensamento, comportamento e modelos que servem aos interesses da manutenção e da reiteração do *status quo*. Mostrar os pilotos de caça, como no filme *Top Gun*, com mulheres sexys coloca uma energia erótica às imagens das forças armadas e conduz a mulher espectadora também a ter excitação sexual com militares e seus uniformes, o que contribui para dar ao candidato a piloto, na vida real, o prêmio sexual. Isto também funciona como estímulo para a atividade militar e o heroísmo. Como breve colocação para não desviar do assunto de guerra, mas que é relacionado a ideologia e sexismo, além disso, as mulheres são coisificadas como mercadoria sexual, avaliadas segundo a boa aparência e a prontidão para servir e gratificar os homens.

Nas afirmações de Kellner (2001, p.107) vários soldados foram influenciados pela propaganda cinematográfica a se alistarem, e em consequência lutarem na invasão do Panamá, na Guerra do Golfo e em outros combates. No período do presidente Ronald Reagan, existiram conflitos militares agressivos no Terceiro Mundo como: a invasão de Granada, a guerra da Nicarágua contra os irmãos Ortega e seu regime sandinista, o bombardeio na Líbia e vários outros. Em um filme que aparentemente não possui intuito de ser propaganda, como *De Volta Para o Futuro*, o material radioativo (plutônio), usado para que o carro DeLorean pudesse levar seu condutor a uma viagem ao passado, foi desviado de um grupo de terroristas líbios, que aparecem em uma kombi, atirando para matar o inventor Doutor Brown.

No filme *Águia de Aço I* (Iron Eagle) (1985) começava a troca do inimigo comunista pelo arquiinimigo árabe. Junto com *Águia de Aço II* (1988), eles retratam o início do relaxamento nas tensas relações com a União Soviética e a produção de um superinimigo, que passa a ser encarnado por Saddam Hussein e o Iraque. Esses filmes cooperaram para alimentar sentimentos antiarábicos por terem imagens negativas dos terroristas e dos regimes árabes.

Um outro filme que tem uma ideologia forte antiárabe da época de Ronald Reagan e George Bush (pai) é *Comando Delta* (1986). Este filme difama os árabes com o seqüestro de um jato por palestinos. Os israelenses e os estadunidenses são os mocinhos ameaçados pelos bandidos palestinos. Até hoje é clara a posição dos Estados Unidos da América na questão israelense sobre os territórios palestinos ocupados e a Faixa de Gaza.

Pelotão de Vingança (*Death Before Dishonor*, 1987) retrata o terrorismo árabe contra os israelenses e depois contra a embaixada americana e os Marines americanos num país fictício de Jemel, ligando assim americanos e israelenses como aliados contra o terrorismo árabe. *Steal the Sky* (1988) também pinta um retrato positivo de Israel. *Comando Imbatível* (*Navy Seals*, 1990) exalta as forças high tech de assalto que, segundo relato, desempenharam papel fundamental na Guerra do Golfo (Kellner, 2001, p.119).

Esses filmes tiram o caráter histórico dos conflitos reais, colocando as lutas dos Estados Unidos da América sem um termo geográfico claro. Essa falta de determinação condena os árabes de forma geral e pode ser utilizada em combates contra o Iraque, a Líbia, a Síria, o Afeganistão, o Irã ou qualquer outra nação.

Os sérvios também foram representados no cinema dos Estados Unidos da América de maneira negativa no filme *Atrás das Linhas Inimigas*. Ele começa parecido com *Top Gun*, *Ases Indomáveis* (1986). Seguindo uma receita como quem faz um bolo caseiro, as imagens são em um porta-aviões da marinha com uma trilha sonora vibrante. O piloto e o co-piloto de um caça estão sobrevoando uma área fora de sua rota normal, no sul da Bósnia. O avião fotografa tropas sérvias e alguns detalhes da área. Os sérvios não podem permitir que o mundo venha a conhecer seus segredos maléficos e lançam dois mísseis contra o caça. Depois de uma perseguição comum aos

filmes de ação hollywoodianos o avião é abatido. O que parecia Top Gun agora tem semelhança com outra receita infalível de bolo. Transforma-se em Rambo (mas sem fermento, ou seja, sem anabolizantes). O piloto ferido é executado, enquanto o co-piloto tenta escapar. Este filme demonstra ainda a legitimação de uma atitude diante de uma certa lerdeza das organizações que envolvem vários países. Neste caso, por causa da burocracia da OTAN, os Estados Unidos da América interferem na missão com a intenção de buscar seu soldado. Os estereótipos são os mesmos: os criminosos, os mocinhos, um povo oprimido sendo massacrado pelos fascistas, tudo isso envolto em músicas rápidas e imagens eletrizantes, parecendo um videogame ou um videoclip de uma banda de *heavy metal*. O discurso patriótico do tipo "Nós não deixamos nossos homens para trás. Vamos buscar nosso garoto" ganha corpo ao longo de todo o filme.

Com a queda do Muro de Berlim, o cinema hollywoodiano começa a ter muitos problemas para encontrar um vilão, e passa a utilizar inimigos que possuem oposição de idéias aos Estados Unidos da América ou encontra-se envolvido em pequenas lutas (para a dimensão dos combates dos estadunidense). Aquele tempero que permite a manutenção do conflito nos filmes.

Seria preciso restabelecer o maniqueísmo – tendência em dividir o mundo entre o bem e o mal – para poder rematerializar a figura de um inimigo público nos Estados Unidos da América. Foi o que aconteceu após 11 de setembro de 2001, data do ataque ao World Trade Center, em Nova York. Quando Bush definiu o **eixo do mal**, dividindo o mundo entre os que são a favor e os que são contra os Estados Unidos da América, ele reanimou de certa forma a representação hollywoodiana, definindo também para ela um conflito. Além disso, os filmes retomam a sua função propagandística, num mundo em que a campanha militar americana precisa ser bem sucedida. Diretores são novamente convidados a realizar produções com objetivos estratégicos.

O cinema dos Estados Unidos da América é também a história da representação de vilões deste país, da criação de inimigos do seu povo.

O eleitor de Arnold Schwarzeneger votou no personagem e nisso há uma grande diferença. O personagem da ficção deixa de ser uma fantasia da imaginação e passa a ser veículo de uma ideologia. Descreve-se que a imagem da ficção domina a realidade política, e que o inverso também é possível. Como disse Michael Moore ao receber o Oscar, "O atual governo dos Estados Unidos ganhou uma eleição fictícia para promover uma guerra por motivos fictícios. A eleição de Arnold Schwarzeneger vem apenas confirmar a estetização da política americana.

5 CONCLUSÃO

O cinema sempre acompanhou as mudanças que aconteciam na tecnologia, de maneira diferente e mais rápida que a televisão. A qualidade da imagem, as cores, os formatos das telas, a qualidade do som, - que antes era estéreo e depois com várias caixas trabalhando individualmente. Todas essas melhorias foram, e algumas ainda estão sendo seguidas pelo aparelho de televisão. Porém, mais do que a tecnologia, o cinema tem uma capacidade enorme de acompanhar e adaptar a sua linguagem em relação às exigências do mercado.

Depois das duas guerras mundiais, os Estados Unidos da América ficaram com o monopólio mundial na exportação de filmes. Hollywood pode não produzir tantos filmes quanto a Índia e sua Bollywood, mas em relação ao domínio mundial em exibições e arrecadações, este monopólio existe até hoje.

Este monopólio não se deve simplesmente por ser característica do cidadão estadunidense um amante do cinema. Os Estados Unidos da América sabem fazer cinema como o povo gosta. A linguagem é sempre ajustada ao mercado-alvo, colocando os interesses financeiros ou ideológicos à frente da arte.

Existem exceções de filmes produzidos neste país, como *Platoon*, *Nascido em 4 de julho*, os filmes de Spike Lee, os documentários de Michael Moore e vários outros, mas estes não recebem o *marketing* merecido, e acabam atingindo um público que consegue diferenciar a propaganda do cinema.

Dentre os objetivos propostos, vários filmes estadunidenses de ação e aventura possuem um direcionamento específico em tempos de guerra ou conflitos em que os Estados Unidos da América estão envolvidos.

Para poder ter uma base e não pegar filmes aleatoriamente em uma locadora, alguns títulos foram estudados antecipadamente através de livros que continham citações e sinopses mais elaboradas, antes de serem assistidos, e outros já tinham sido vistos no passado. Alguns filmes não foram encontrados para aluguel, por serem pouco procurados ou não foram lançados no Brasil, mas através da bibliografia foi possível ter uma base de seus direcionamentos, para serem mencionados neste trabalho.

Enfim, com as bibliografias encontradas que descrevem acerca do cinema e este como linguagem, o poder da linguagem como meio de persuasão, como instrumento de disseminação ideológica e o cinema como propaganda, e a comparação de filmes de ação, aventura e guerra produzidos em Hollywood em relação aos conflitos de interesses, combates e lutas armadas reais, portanto, os Estados Unidos da América têm um histórico de utilização do cinema como propaganda de guerra e de ideologias que remetem à origem do cinema e à Primeira Guerra Mundial e farão, provavelmente, com que esta monografia se torne obsoleta e carente de uma atualização muito em breve.

BIBLIOGRAFIA

ALEA, Tomás Gutiérrez. *Dialética do espectador*. São Paulo: Summus, 1984.

AUMONT, Jacques. *A Estética do Filme*. Campinas: Papirus, 1995.

BAKHTIN, Mikhail. *Marxismo e Filosofia da Linguagem*. 9 ed. São Paulo: Hucitec, 1999.

BARTHES, Roland. *A Aventura Semiológica*. São Paulo: Martins Fontes, 2001.

BELTRÃO, Luiz; QUIRINO, Newton de Oliveira. *Subsídios para uma Teoria da Comunicação de Massa*. 3.ed. São Paulo: Summus, 1986.

BENJAMIN, Walter. A Obra de Arte na Época de Suas Técnicas de Reprodução, *in Textos Escolhidos*. São Paulo: Editora Abril, 1980.

CHAUÍ, Marilena. O discurso competente. In *Cultura e democracia; o discurso competente e outras falas*. São Paulo: Moderna, 1981.

CITELLI, Adilson, *Linguagem e persuasão*. São Paulo: 5. ed., Editora Ática, 2002.

COSTA, Antônio, *Compreender o Cinema*. 2 ed., São Paulo: Globo, 1989.

FECÉ, Josep Lluís. *Do realismo à visibilidade: efeitos de realidade e ficção na representação audiovisual*. Niterói: Universidade Federal Fluminense, 1998.

FERREIRA, Argemiro. *Caça às Bruxas: Marcatismo: uma tragédia americana*, Porto Alegre: L&PM, 1989.

FURHAMMAR, Leif – ISAKSSON, Folke. *Cinema e Política*. 2. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2001.

GALLIANO, Guilherme. *O Método Científico: teoria e prática*. São Paulo: Harbra, 1986.

GLITIN, Todd. *Mídias Sem Limite: Como a Torrente de Imagens e sons domina nossas vidas*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003.

METZ, Christian. *A Significação no Cinema*. São Paulo: Perspectiva, 1972.

KELLNER, Douglas. *A Cultura da Mídia*. Bauru S.P.: EDUSC, 2001.

REVEL, Jean-Françoise. *A Obsessão Antiamericana: Causas e Consequências*. Rio de Janeiro: UniverCidade, 2003.

VERGARA, Sylvia. *Projetos e Relatórios de Pesquisa em Administração*. 5ª ed. São Paulo: Atlas, 2004.

WOLLEN, Peter. *Signos e Significação do Cinema*. Lisboa: Livros Horizonte LDA, 1984.

Fontes da Internet

<<http://www.cinebh.hpg.ig.com.br/historia.html>> – acesso 29/10/2004.

<<http://cineitalia.vilabol.uol.com.br/historiadocinema.htm>> – acesso 29/10/2004.

<<http://www.duplipensar.net/materias/2003-11-diretasja.html>> - acesso 7/11/2004.

<www.feranet21.com.br/artes/cinema/historia_cinema.htm> – acesso 29/10/2004.

<http://www.folhadahistoria.hpg.ig.com.br/indice.geral_artes_cinema.atrasdalinhasinimigas.html> – acesso 29/10/2004.

<http://www.folhadahistoria.hpg.ig.com.br/indice.geral_artes_cinema.n23031999.html> – publicado em marco de 1999 – acesso 29/10/2004.

<http://www.folhadahistoria.hpg.ig.com.br/indice.geral_artes_cinema.n40102000.html> – publicado em outubro de 2000 – acesso 29/10/2004.

<<http://www.picarelli.com/clipping/clip051101b.htm>> – acesso 07/11/2004.

Jornal Folha de São Paulo Online – por Alcino Leite Neto – acesso 29/10/2004 -

<<http://search.folha.com.br/search?q=hollywood+vil%F5es&site=online>>.